

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**TRŽIŠTE RIBE: PRIMJER RIBARNICE U
SPLITU**

Mentor:

dr.sc. Sladana Pavlinović Mršić

Student:

Ivan Čerluka

Split, rujan, 2017.

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Problem i predmet rada | 1 |
| 1.2. Ciljevi rada..... | 1 |
| 1.3. Metode rada | 1 |
| 1.4. Struktura rada | 1 |
| 2. TRŽIŠTE..... | 2 |
| 2.1. Pojmovno određenje tržišta | 2 |
| 2.2. Tržišni mehanizam i funkcije tržišta | 2 |
| 3. TRŽIŠTE RIBE | 5 |
| 3.1. Trendovi u ribarstvu u svijetu..... | 5 |
| 3.2. Značaj ribarstva za ekonomije zemalja..... | 8 |
| 3.3. Karakteristike tržišta ribe | 9 |
| 4. TRŽIŠTE RIBE U HRVATSKOJ | 11 |
| 4.1. Ribarstvo u RH | 11 |
| 4.2. Značaj ribarstva za RH..... | 13 |
| 4.2. Uređenje tržišta ribe u RH | 15 |
| 5. RIBARNICA U SPLITU | 17 |
| 6. TERENSKO ISTRAŽIVANJE | 18 |
| 6.1. Ciljevi i metodologija istraživanja | 18 |
| 6.2. Rezultati istraživanja | 18 |
| 6.2.1. Prodajna cijena ribe i ponuda ribe..... | 18 |
| 6.2.2. Prodajna cijena ribe i sati u danu | 20 |
| 6.2.3. Ponuda ribe i vremenske prilike | 21 |
| 6.3. Rasprava..... | 23 |
| 7. ZAKLJUČAK..... | 24 |
| LITERATURA | 25 |
| POPIS TABLICA I ILUSTRIJA | 28 |
| SAŽETAK | 29 |
| SUMMARY | 29 |

1. UVOD

1.1. Problem i predmet rada

Ribarstvo, zajedno s akvakulturom, je važan izvor hrane i dohotka za veliki broj ljudi diljem svijeta. Nadalje, ribarska industrija povezana je sa brojnim drugim sektorima i aktivnostima, čime je njezin ekonomski i socijalni značaj još i veći. Tržište ribe, posebno je tržište s karakteristikama koje ga razlikuju od bilo kojeg drugog tržišta. Te karakteristike dijelom proizlaze iz same djelatnosti, a dijelom iz prirode ribe kao jako i brzo kvarljivog proizvoda.

Posebno zanimljiv segment kada je u pitanju tržište ribe jest onaj koji se odnosi na ribarnice, gdje se riba iz ulova direktno prodaje kupcima odnosno konzumentima. Postoji opravdan razlog za mišljenje da se temeljni ekonomski postulati, prije svega ponuda i cijena, na ovom tržištu ne ponašaju kao što bi se ponašali na uobičajen način. Stoga, predmet ovog istraživanja jest praćenje određenih parametara koji potencijalno utječu na kretanje ponude i cijene na tržištu ribe.

1.2. Ciljevi rada

Cilj ovog rada jest analizirati tržište ribe, te na konkretnom primjeru pokazati kako su se kretale ponuda i cijene ribe u promatranom periodu, kao i koji su parametri utjecali na promjene istih.

1.3. Metode rada

Metode koje su se koristile pri izradi ovog rada su metoda komparacije, metoda deskripcije, metoda analize, metoda sinteze, te metoda promatranja.

1.4. Struktura rada

Rad, pored uvodnog, ima još šest dijelova. U drugom dijelu rada pojmovno je određen pojam tržišta, objašnjen je tržišni mehanizam, te su navedene glavne funkcije tržišta. U trećem dijelu rada opisani su glavni trendovi u ribarstvu u svijetu, opisana je uloga koju ribarstvo ima za ekonomije zemalja, te je pojmovno definiran pojam tržišta ribe. Također su opisane glavne karakteristike ovog tržišta. Četvrti dio rada posvećen je tržištu ribe u Republici Hrvatskoj. U ovom dijelu opisani su glavni trendovi u ribarstvu Hrvatske, značaj ribarstva za hrvatsku ekonomiju, te je opisan regulatorni okvir tržišta ribe u Hrvatskoj. Peti dio rada sadrži kratki opis ribarnice u Splitu, dok šesti dio sadrži rezultate provedenog terenskog istraživanja. Sedmi dio posvećen je zaključnim razmatranjima.

2. TRŽIŠTE

2.1. Pojmovno određenje tržišta

Tržište, ponuda i potražnja osnovni su ekonomski pojmovi, te je analiza ponude i potražnje najvažniji i najkorisniji alat mikroekonomije. Jedna od klasičnih definicija tržišta jest ona koja tržište definira kao **mjesto susreta ponude i potražnje**. I zaista, dok je u prošlosti tržište uvijek bilo neko fizičko mjesto odnosno lokacija danas, prvenstveno zahvaljujući razvoju tehnologije i Interneta, kupci i prodavači mogu obaviti kupoprodaju a da se praktički nikada ni ne vide.

Tipičan primjer jednog ovakvog tržišta svakako je burzovno tržište. Međutim, svakako valja spomenuti i sve prisutni rast online kupnji. Naime, ljudi iz svih krajeva svijeta, koristeći Internet i kreditnu karticu, kupuju s eBay-a, Amazon-a, Zappos-a i ostalih web stranica. Navedene stranice omogućuju kupnju proizvoda doslovno od igle do lokomotive, i to iz udobnosti vlastitog doma. Podaci o trendovima u ovakvim kupnjama impresivni su. Naime, samo u 2016. godini zabilježeno je 1.888 bilijuna dolara online kupnji, dok je istovremeno bilo skoro 3,5 milijardi Internet korisnika.

Danas, ne samo da se razni proizvodi mogu kupiti online, već se mogu kupiti i razne intelektualne usluge. Jedna od najpoznatijih web stranica za kupoprodaju ovakvih usluga je Fiverr na kojoj se, primjerice, može naručiti izrada logotipa, brošura, vizitki i sl., od nekoga iz Amerike, Pakistana, Japana ili bilo koje druge zemlje svijeta.

Na tragu gore navedenih primjera, danas se sve više pri definiraju tržišta izbjegava korištenje pojma „*mjesto*“. Stoga, jednu definiciju tržišta, možda prilagođeniju našem vremenu, dali su Samuelson i Nordhaus (2010) definirajući tržište kao „*organiziranje kojim kupci i prodavači međusobno djeluju kako bi odredili cijene i količine nekog dobra*“. z navedene definicije jasno je uočljivo kako je pojam „mjesto“ pri definiranju tržišta u potpunosti izbačen.

2.2. Tržišni mehanizam i funkcije tržišta

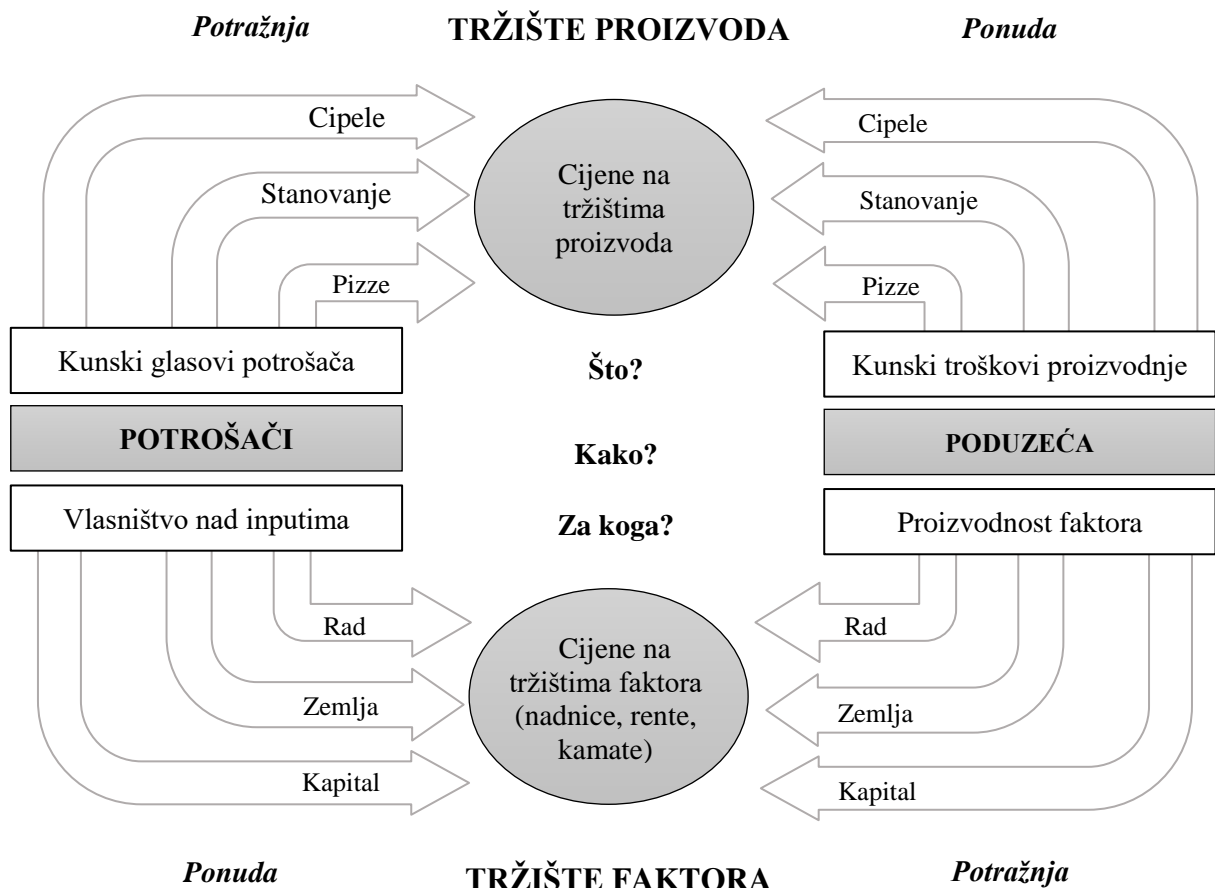
Za bilo što što nam padne na pamet postoji tržište. Tako se, primjerice, u novinskim stupcima najčešće može pročitati o promjenama na tržištu rada, o promjenama na tržištu kapitala, o promjenama na tržištu osiguranja, o promjenama na tržištu naftnih derivata, o promjenama na tržištu elektroničkih usluga itd. Cijeli popis svih vrsta tržišta vjerojatno bi premašio okvire ovog rada.

Ekonomisti, govoreći općenito o tržištu, rade distinkciju između dviju vrsta tržišta: tržišta proizvoda i tržišta faktora proizvodnje. Sabolić (2014) definira *tržište proizvoda* kao tržište na kojem se odvija kupoprodaja svih dobara i usluga, a služe za krajnju potrošnju (npr. hrana, piće, mobiteli, itd.) ili za daljnje korištenje u proizvodnji (npr. strojevi, zgrade, ceste, itd.). *Tržište faktora proizvodnje* je tržište na kojem se obavlja kupoprodaja resursa kojima se poduzeća koriste u proizvodnji, a grupiraju se u tri temeljne i široke kategorije (Sabolić, 2014):

1. *zemljište i ostala prirodna dobra*, koja se crpe iz prirode u stanju u kakvom se u njoj nalaze;
2. *ljudski rad*; te
3. *kapital* (trajna dobra koja su proizvedena kako bi bila angažirana u daljnjoj proizvodnji).

I jednim i drugim tržištem upravljaju sile ponude i potražnje. Pritom, *potražnja* predstavlja količinu nekog dobra koju je netko voljan i sposoban kupiti na nekom tržištu tijekom nekog vremena po svakoj mogućoj cijeni, dok *ponuda* predstavlja količinu nekog dobra koju je netko voljan ponuditi na nekom tržištu po svakoj mogućoj cijeni tog dobra tijekom određenog vremena, držeći sve ostalo konstantnim (Pavić, 2009).

Odnos između tržišta faktora i tržišta proizvoda, te ponude i potražnje na istima, prezentira sljedeći prikaz. Iz prikaza je uočljivo da se i potrošači i poduzeća u gospodarstvu pojavljuju u dvije uloge i to u ulozi kupca i prodavatelja. Pritom, potrošači su svi oni koji trebaju razne proizvode (cipele, hranu..), a imaju faktore proizvodnje. S druge strane, poduzeća nude razne proizvode, ali trebaju faktore proizvodnje da bi iste mogli proizvoditi. Stoga, smjer kretanja proizvoda u ekonomiji ide od proizvođača ka kućanstvima, dok se faktori proizvodnje kreću od kućanstava prema proizvođačima. Pritom, novac kojim kućanstva proizvođačima plaćaju proizvode, a proizvođači kućanstvima faktore, kreće se u obratnom smjeru (Sabolić, 2014).



Slika 1: Kružni tok tržišnog gospodarstva

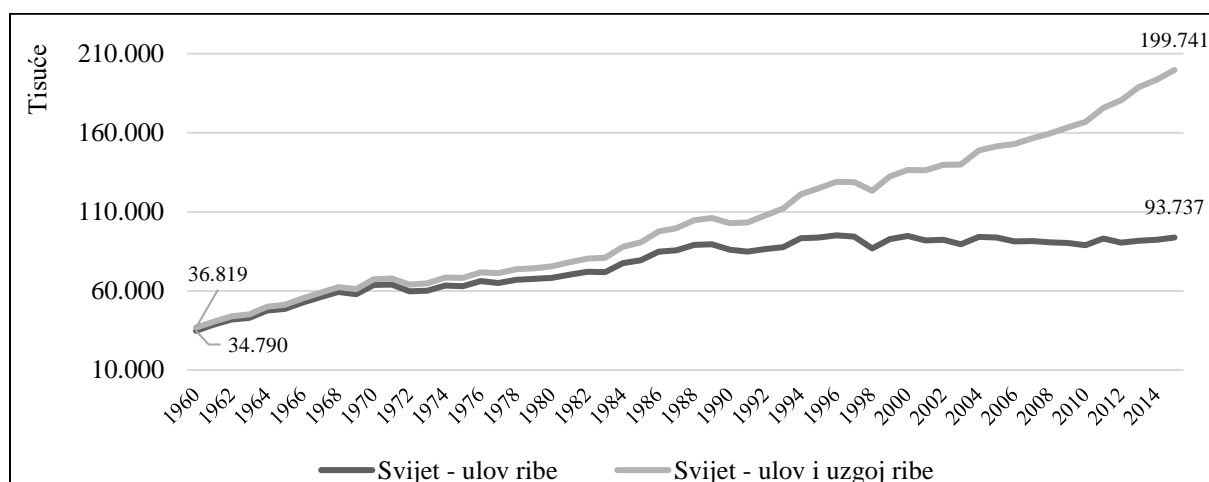
Izvor: Prilagodba autora prema Samuelson, P.A. i Nordhaus, W.D. (2010): Ekonomija, 19. izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, str. 29.

Mikroekonomija nas uči da je veza između ponude i cijene pozitivna, a veza između potražnje i cijene negativna. Drugim riječima, s rastom cijena, proizvođači će biti motivirani ponuditi više tog proizvoda na tržištu. S druge strane, rastom cijene, jedan dio potrošača biti će demotiviran za kupnju tog proizvoda. Međutim, kod tržišta ribe, koje je o fokusu ovog rada, ovo ne mora biti slučaj.

3. TRŽIŠTE RIBE

3.1. Trendovi u ribarstvu u svijetu

Promatrajući duže vremenske serije, može se uočiti rapidan rast ulovljene, te ulovljene i uzgojene morske ribe u svijetu. Sljedeći grafikon prezentira kretanje ukupnog ulova, te ukupnog ulova i uzgoja ribe u svijetu, od 1960. do 2014. godine. Može se uočiti da i jedan i drugi pokazatelj bilježe trend rasta od 60-ih godina prošlog stoljeća, kada su bili na gotovo istoj razini, sve do 90-ih godina prošlog stoljeća kada ulov ribe stagnira, dok ukupan ulov i uzgoj ribe nastavlja rapidno rasti. U 2015. godini u cijelom svijetu ulovljeno je 93,7 milijuna metričkih tona ribe, dok je ukupno ulovljeno i uzgojeno čak 199,74 milijuna metričkih tona ribe. Ovakva kretanja mogu se pripisati razvoju akvakulture, koja već godinama nadoknađuje smanjene ulova ribe.



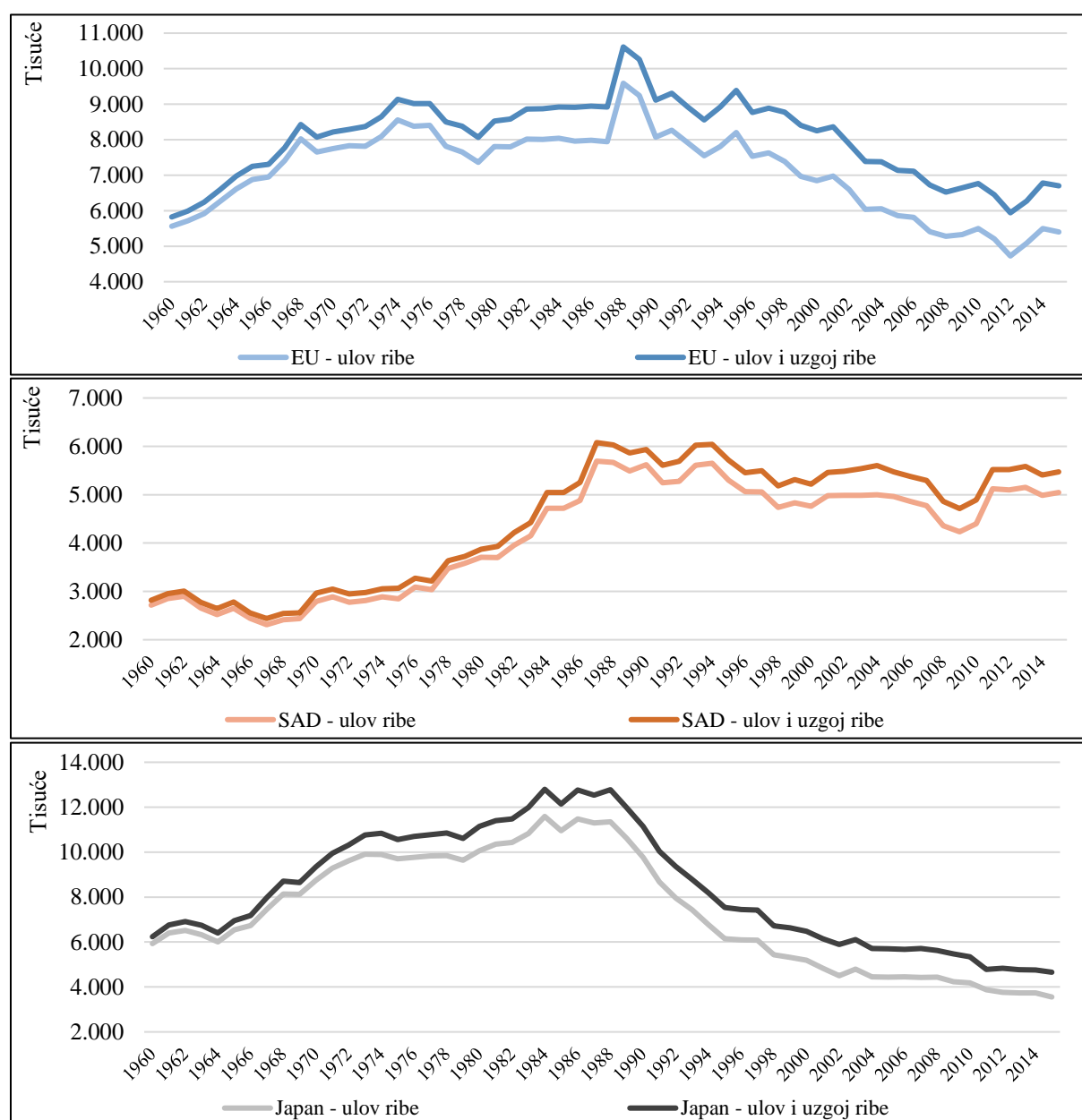
Grafikon 1: Ulov ribe te ulov i uzgoj ribe u svijetu, u metričkim tonama (1960. – 2015.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka sa WDI (2017).

Rast ulova, te ulova i uzgoja ribe, direktna je posljedica rasta potražnje za ribom. Naime, kako ističu iz Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (*engl. Food and Agriculture Organization of United Nations*), konzumacija ribe po glavi stanovnika u svijetu povećala se sa prosječnih 9,9 kg u 60-im godinama prošlog stoljeća na 19,7 kg u 2013. godini (FAO, 2016)

Osim na globalnoj razini, zanimljivo je proučiti što se događa s ulovom, te ulovom i uzgojem morske ribe u pojedinim dijelovima svijeta. Naime, globalni prikaz može zamaskirati ono što se događa u pojedinim dijelovima svijeta. Sljedeći grafikon prezentira kretanje ulova ribe, te ulova i uzgoja ribe u metričkim tonama, u glavnim svjetskim velesilama: Europskoj uniji, SAD-u, i Japanu. Iz grafikona se može izvući nekoliko zaključaka. *Prvo*, dok je na svjetskoj razini prisutan rast ulova, te ulova i uzgoja ribe (Grafikon 1), u Europskoj uniji i Japanu nakon rasta

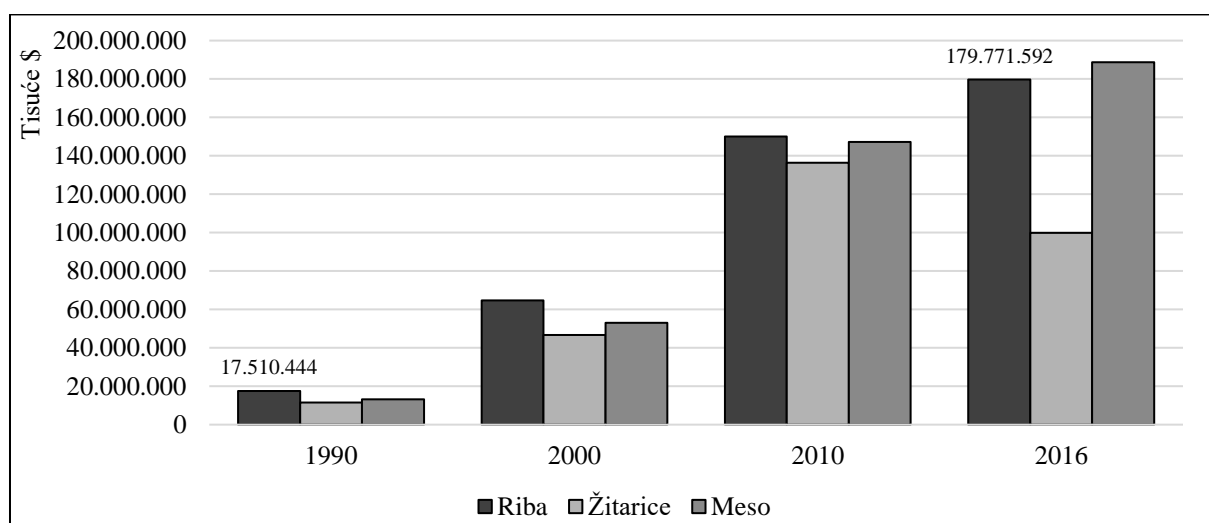
prisutnog do 90-ih godina prošlog stoljeća, i više je nego uočljiv pad u oba promatrana pokazatelja od 90-ih godina prošlog stoljeća do danas (Grafikon 2). U SAD-u je također prisutan pad od 90-ih godina prošlog stoljeća, ali u znatno manjem opsegu. *Drugo*, iz grafikona se može uočiti da se u svim promatranim zemljama razlika između ulova, te ulova i uzgoja ribe povećala u promatranom razdoblju, što se može pripisati razvoju akvakulture. *Konačno*, po samoj količini ulova, te ulova i uzgoja morske ribe, između promatranih zemalja, dominira Japan, zatim Europska unija, dok SAD ima najmanju količinu ulova, te ulova i uzgoja morske ribe.



Grafikon 2: Ulov ribe te ulov i uzgoj ribe u metričkim tonama, svjetske velesile (1960. – 2015.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka sa WDI (2017).

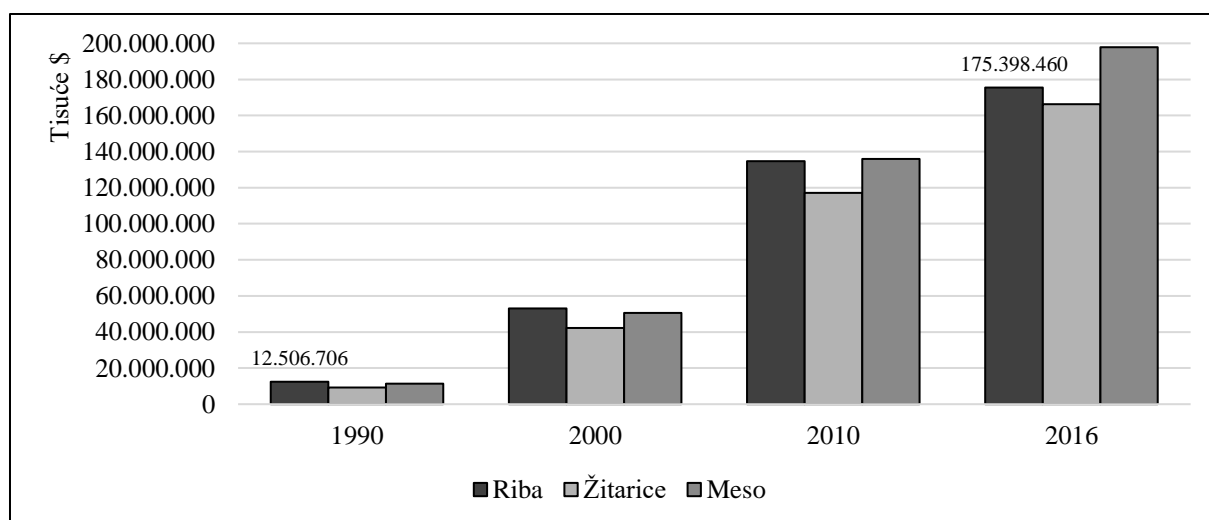
Koliki riba ima značaj najviše se može uočiti kada se prouči uvoz i izvoz ribe u svijetu usporedno sa dvije druge osnovne namirnice: mesom i žitaricama. Sljedeći grafikon prezentira svjetski uvoz ribe, žitarica i mesa, u nekoliko točaka vremena. Može se uočiti da je u svim promatranim godinama, izuzev 2016. godine, uvoz ribe u svijetu bio veći od uvoza žitarica i uvoza mesa. Uvoz mesa u 2016. godini bio je neznajčajno veći od uvoza ribe. Osim spomenutog, može se uočiti da je prisutan trend rasta u vrijednosti uvezenih količina kod sve tri namirnice. Tako je, primjerice, u 1990. godini, u svijetu uvezeno ribe u ukupnoj protuvrijednosti od 17,51 milijardu dolara, da bi se taj broj povećao na 179,77 milijardi dolara u 2016. godini.



Grafikon 3: Svjetska trgovina: uvoz po glavnim vrstama hrane, u 000 \$ (1990. - 2016.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka sa UN (2017).

Sljedeći grafikon prezentira svjetski izvoz po glavnim vrstama namirnica. Može se uočiti da je kretanje izvoza identično onome kod uvoza, samo na nešto nižoj razini.



Grafikon 4: Svjetska trgovina: izvoz po glavnim vrstama hrane, u 000 \$ (1990. – 2016.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka sa UN (2017).

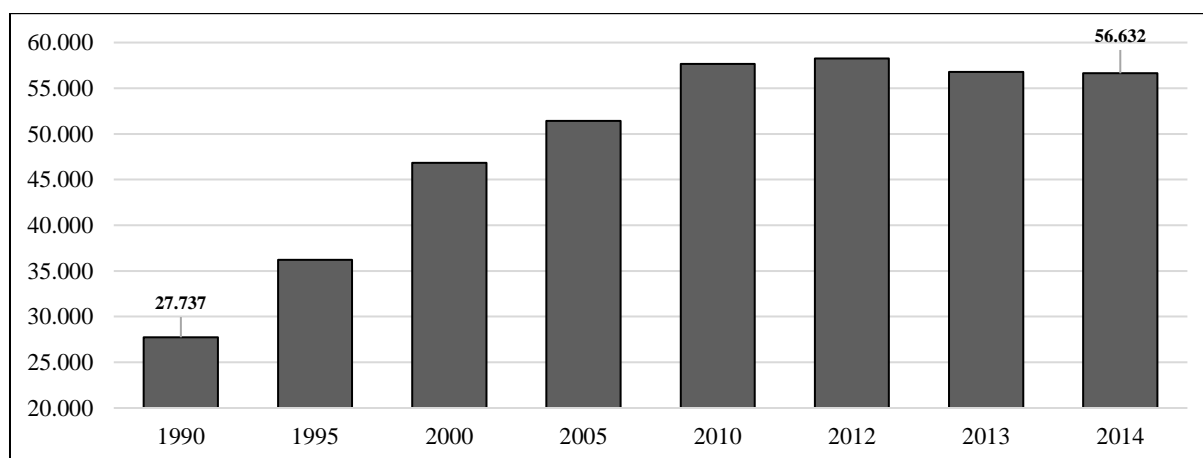
3.2. Značaj ribarstva za ekonomije zemalja

Riba, kao prehrambeni proizvod, ima malo zasićenih masti, ugljikohidrata i kolesterola, te osigurava ne samo proteine visoke vrijednosti, već i širok raspon bitnih mikronutrijenata uključujući različite vrste vitamina, minerala i omega tri masti. Na ovom tragu, iz Svjetske banke navode kako je čak i u malim količinama, opskrba ribom učinkovita u rješavanju prehrambene i nutritivne sigurnosti među siromašnim i ranjivim populacijama širom svijeta (Msangi, 2013).

Stoga, promatrajući važnost ribe s aspekta pojedinca, prednosti su i više nego očite. Međutim, riba i ribarska industrija, promatrano sa aspekta cijele ekonomije, također ima brojne ekonomske prednosti. Te prednosti se ogledaju prvenstveno u doprinosu zaposlenosti i BDP-u.

Što se tiče *zaposlenosti*, milioni ljudi diljem svijeta nalaze svoj izvor prihoda upravo u ribarstvu i akvakulturi. Iz Ujedinjenih naroda primjećuju da je u periodu od 90-ih godina do danas, zaposlenost u ovom sektoru rasla brže od rasta svjetske populacije.

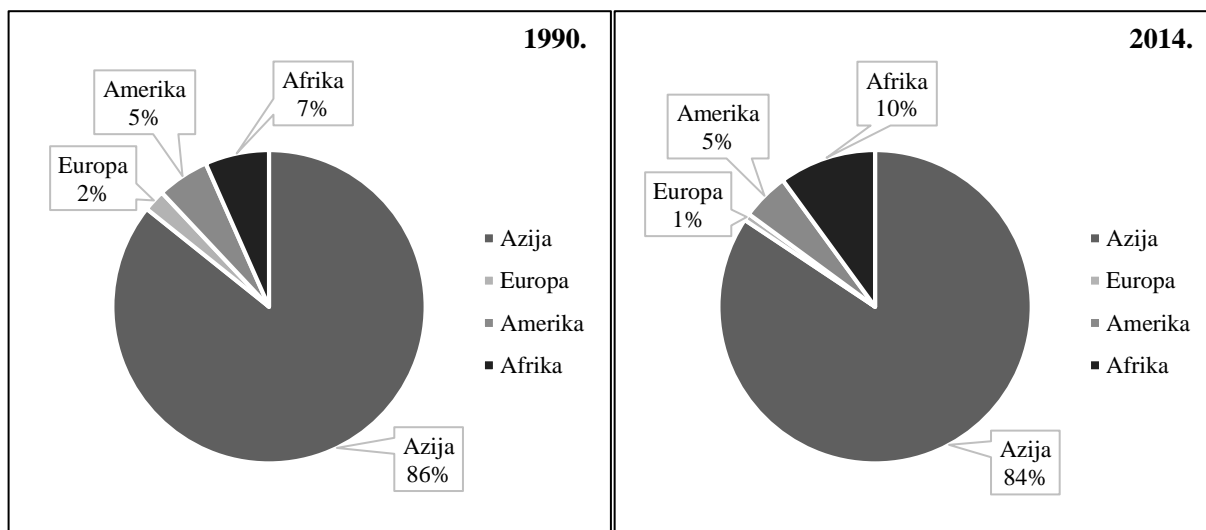
Sljedeći grafikon prezentira kretanje broja zaposlenih u primarnoj proizvodnji ribe u svijetu, odnosno broj ribara i ribo uzgajivača. Brojke su zaista impresivne. Naime, u 2014. godini u sektoru ribarstva bilo je zaposleno 56,6 milijuna ljudi u cijelom svijetu, što predstavlja rast u ukupnom broju zaposlenih za 104,17 posto u odnosu na 1990. godinu, kada je bilo zaposleno 27,73 milijuna ljudi. Ako se u obzir uzme činjenica da se sva riba koja se ulovi ne prodaje odmah potrošaču, već jedan dio ide u prehrambenu proizvodnju koja ribu suši, zamrzava i/ili prerađuje i sl., sasvim je jasno da ovaj sektor inducira zaposlenosti i u drugim sektorima ekonomije.



Grafikon 5: Ukupan broj ribara i ribo uzgajivača u svijetu, u 000 (1990. – 2014.)

Izvor: Izrada autora na temelju FAO (2006), FAO (2014) i FAO (2016).

Promatrajući strukturu ukupnog broja zaposlenih u ribarskoj industriji po glavnim regijama svijeta, mogu se uočiti zanimljivi podaci. Naime, kao što je uočljivo iz sljedećeg grafikona, u 1990. godini od ukupnog broja zaposlenih u sektoru ribarstva, čak 86% zaposlenih bilo je iz Azije. U 2014. godini taj udio se smanjio samo za 2 postotna poena, za koliko se skoro povećao udio Afrike u ukupnom broju zaposlenih. Broj zaposlenih u sektoru ribarstva u ukupnom broju zaposlenih u svijetu, najmanji je Europi, te iznosi tek 1%. Ovi podaci ukazuju na značaj ovog sektora na najnerazvijenije zemlje i zemlje u razvoju.



Grafikon 6: Struktura broja ribara i ribo uzgajivača po regijama (1990. i 2014.)

Izvor: Izrada autora na temelju FAO (2006), FAO (2014) i FAO (2016).

Što se tiče doprinosa ribarstva BDP-u država, ne postoje takvi podaci, budući da se u većini zemalja svijet, uključujući Hrvatsku, ribarstvo promatra zajedno s poljoprivredom i šumarstvom.

3.3. Karakteristike tržišta ribe

Tržište ribe predstavlja tržište na kojem se trguje ribljim proizvodima. Navedeno tržište može se segmentirati ovisno o tome tko je kupac ulovljene ribe. Tako, primjerice, ako ribu kupuje trgovac za daljnju preprodaju riječ je o veleprodajnom tržištu ribe, dok, ako ribu kupuje krajnji potrošač, riječ je maloprodajnom tržištu ribe. Tržište ribe ima brojne karakteristike po kojima se razlikuje od bilo kojeg drugog tržišta. Neke od tih karakteristika su:

- ✓ *kompleksnost ponude ribe;*
- ✓ *drugačiji odnos između cijene i ponude ribe;*
- ✓ *velika volatilnost cijene ribe; te*
- ✓ *determinante ponude ribe značajno različite u odnosu na druge proizvode.*

O *kompleksnosti ponude* na tržištu ribe najbolje govore podaci o broju različitih vrsta riba kojima se trguje, te broju država i poduzeća koji opskrbljuju tržište ribe. Naime, na globalnoj razini, odnosno na globalnom tržištu ribe, prisutno je više od 4 tisuće različitih vrsta riba i morskih plodova iz više od 190 zemalja svijeta. Nadalje, kako ističe Anderson (2003) ogroman broj poduzeća, ribogojilišta i ribarskih brodova trguje ribom, čineći cijelu industriju visoko nekoncentriranom.

Što se tiče utjecaja *promjene cijene*, dok se kod većine drugih proizvoda nuđena količina povećava s rastom cijene tog proizvoda, za mnoge vrste riba događa se upravo suprotno. Naime, veća cijena pojedinih riba znači i veći napor potreban za njihov ulov i manji ulovljeni fond (Anderson, 2003).

Posebno zanimljivo tržište ribe jest ono gdje se riba prodaje direktno krajnjem potrošaču, kao što je ribarnica u Splitu koja je u fokusu ovog rada. Cijene na ovakvim tržištima jako su *promjenjive*, ne samo iz dana u dan, već i iz sata u sat. Nekoliko je razloga tome. Prvo, ribari nikada ne mogu znati kakav će imati ulov i kakva će biti potražnja taj dan na ribarnici. Stoga, događa se da početna cijena iste vrste ribe bude drugačija u dva uzastopna dana. Drugo, zbog prirode ribe kao jako kvarljivog proizvoda, cijena ribe na ovakvim tržištima snižava se kako se bliži kraj radnog vremena. Naime, bolje prodati i ostvariti bilo kakav prihod, nego ostvariti potpuni gubitak. Konačno, ovakvo tržište ribe jedno je od rijetkih tržišta na kojima se cijena rime može pojedinačno „pogoditi“. Naime, kako ističu Graddy i Hall (2011) kroz dan kupci ribe do ribara/prodavača dolaze sekvencijalno i nasumično, a kada se pojave prodavatelj ga može promatrajući spoznati njegovu cjenovnu elastičnost. Rezultat ovoga je cjenovna diskriminacija između različitih tipova kupaca na tržištu ribe.¹

Konačno, determinante koje utječu na ponudu ribe drugačije su u odnosu na većinu drugih proizvoda. Tako, primjerice, vremenske prilike značajno utječu na ponudu ribe, gdje sunčano vrijeme znači i bolju i bogatiju ponudu ribe, a oblačno vrijeme i nevrijeme lošiju ponudu ribe.

¹ Postojanje ovakve diskriminacije uočeno je na Fulton tržištu ribe u New Yorku, koje je visoko konkurentno te zbog toga ne bi smjele postojati predvidljive cjenovne razlike između različitih kupaca. Istraživanje provedeno od strane Graddy (1995) pokazalo je da Azijski kupci plaćaju 7% nižu cijenu od bijelaca, za istu kvalitetu ribe.

4. TRŽIŠTE RIBE U HRVATSKOJ

4.1. Ribarstvo u RH

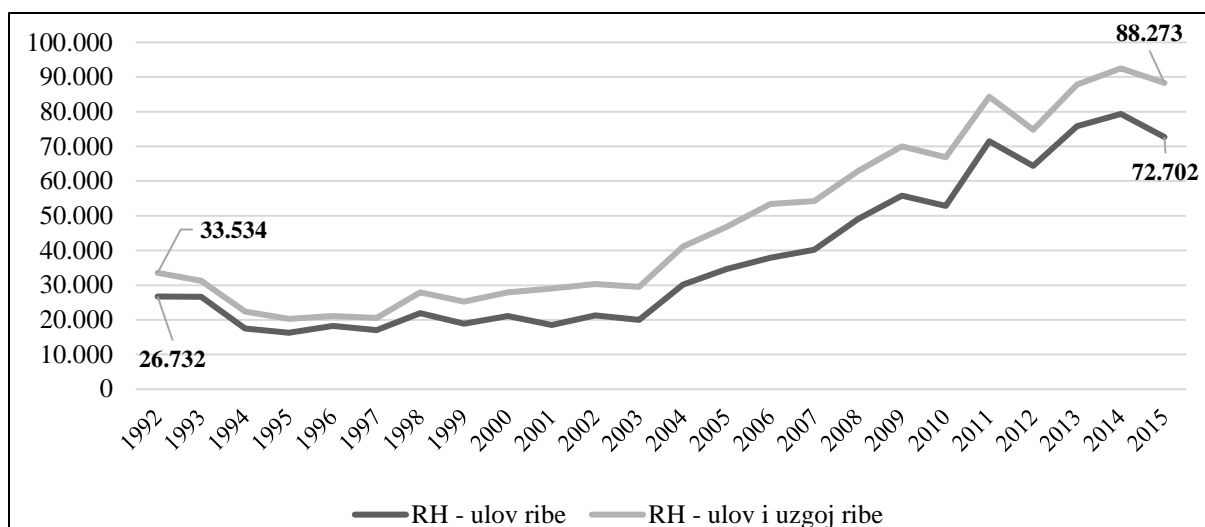
Republika Hrvatska mala je mediteranska zemlja. Od 87.609 km² ukupne površine, čak 31.067 km² otpada na obalno more (MPS, 2012). Ribarstvo u RH oduvijek ima veliki značaj. Naime, kako ističe Lončarić (2017) u prošlosti su se gotovo svi hrvatski otočani bavili ribolovom, a prvi zapisi o ribolovu u Hrvatskoj datiraju još iz 995. godine. Danas, nakon pristupa u Europsku uniju, nove mogućnosti su se otvorile hrvatskom ribarstvu.

Ribarstvo u Hrvatskoj uključuje nekoliko pod-sektora i to (HCPM, 2017):

- ✓ *slatkovodnu akvakulturu;*
- ✓ *ulov slatkovodne ribe;*
- ✓ *morsku akvakulturu;*
- ✓ *ulov morske ribe;*
- ✓ *preradu ribe i ostalih morskih organizama, te*
- ✓ *cjelokupnu kontrolu i inspekciju.*

Sljedeći grafikon prezentira ukupan ulov, te ukupan ulov i uzgoj (akvakulturu) morske ribe u Hrvatskoj, u metričkim tonama. Iz grafikona se može uočiti da je od početka promatranog razdoblja, uz manje oscilacije, prisutan rast kod oba pokazatelja. Tako je u 2015. godini u Republici Hrvatskoj ulovljeno 72.702 metričke tone ribe, što je za cca 172 posto više u odnosu ulov iz 1992. godine. Što se tiče ukupnog ulova i uzgoja ribe u Hrvatskoj, može se uočiti kako je u 2015. godini u Hrvatskoj ulovljeno i uzgojeno 88.273 metričke tone ribe, što predstavlja rast za cca 163 posto u odnosu na 1992. godinu.

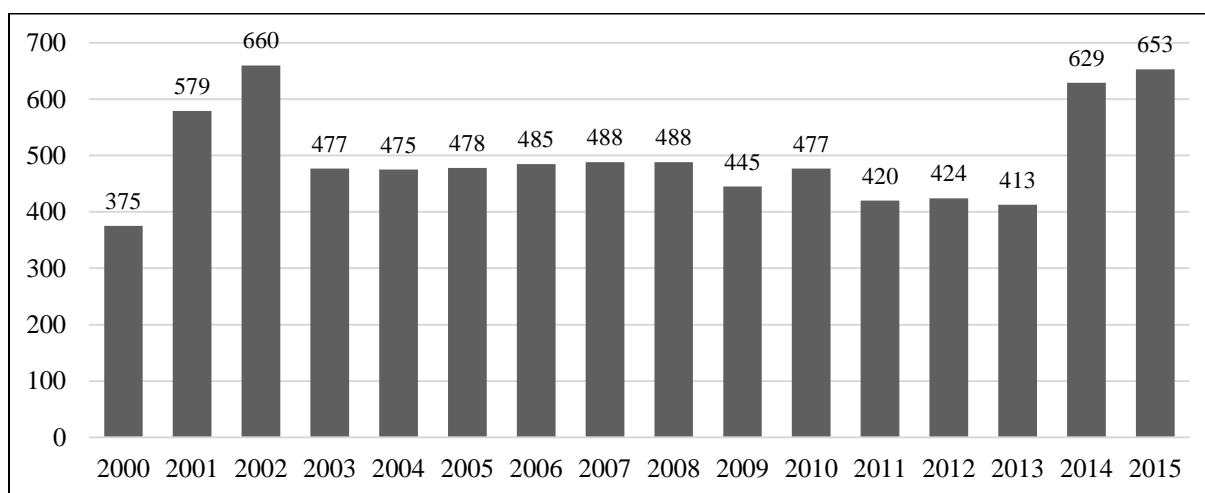
Iz grafikona 7 se također može uočiti ono što se uočilo i u trećem poglavlju ovog rada kod ulova, te ulova i uzgoja ribe u svijetu, a to je sve veća razlika između ova dva pokazatelja kroz godine, što se može pripisati razvoju i rastu akvakulture.



Grafikon 7: Ulov ribe, te ulov i uzgoj ribe u RH u metričkim tonama (1992. – 2015.)

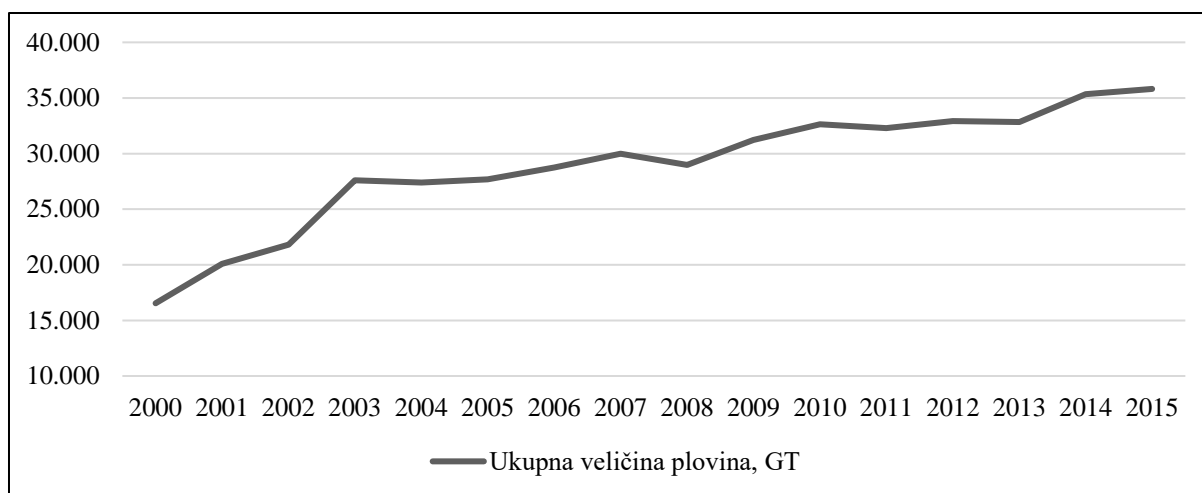
Izvor: Izrada autora prema podacima sa WDI (2017).

Sljedeći grafikon prezentira stanje hrvatske ribarske flote. Iz grafikona je uočljivo da je najveći broj ribarskih brodova bio zabilježen u 2002. godini, nakon čega je uslijedio njihov pad do 2013. godine. U 2014. i 2015. godini zabilježen je ponovni rast broja ribarskih brodova, ali taj rast još nije dosegao razinu iz 2002. godine. Stoga, veći ulov u godinama s manjim brojem brodova (od 2003.-2013) u odnosu na ranije godine kada je hrvatska ribarska flota bilježila veći broj brodova, implicira da su ribarski brodovi u hrvatskoj, iako u manjem broju, bolji jer imaju veći kapacitet odnosno veću snagu. Navedeno potvrđuje i grafikon 9, koji prezentira kapacitet hrvatske ribarske flote u istom periodu.



Grafikon 8: Broj ribarskih brodova u RH (2000. – 2015.)

Izvor: Izrada autora na temelju DZS (2006), DZS (2011) i DZS (2016).



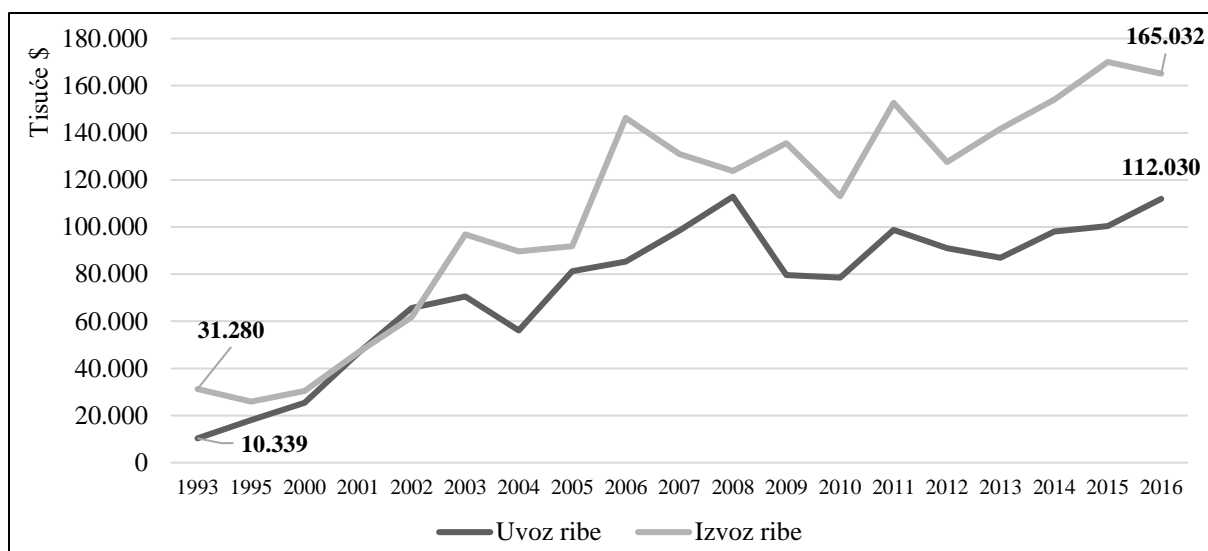
Grafikon 9: Kapacitet hrvatske flote, u registarskim tonama, GT (2000. – 2015.)

Izvor: Izrada autora na temelju DZS (2006), DZS (2011) i DZS (2016).

4.2. Značaj ribarstva za RH

Ribarstvo u Hrvatskoj ima mali udio u BDP-u, te kako navode iz Ministarstva poljoprivrede taj udio varira između 0,2% i 0,7% hrvatskog BDP-a (MPS, 2012). Međutim, kako ističu iz Instituta za oceanografiju i ribarstvo, ni nigdje drugdje u svijetu ribarstvo ne doprinosi nacionalnoj vrijednosti proizvodnje s više od 1% (IZOR, 2012). Stoga, za potpuno razumijevanje doprinosa ribarstva hrvatskoj ekonomiji potrebno je sagledati širu sliku. Naime, ribarska industrija usko je povezana s prehrambenom, te prerađivačkom industrijom Hrvatske. Ove dvije industrije najuže su povezane s ribarstvom međutim, valja spomenuti i poduzeća koja se bave izradom brodova, mreža i svim drugih potrebnih ribarskih alata, a koji postoje i rade zahvaljujući upravo ribarskoj industriji. Nažalost, podataka koji bi obuhvatili ove indirektne i inducirane utjecaje ribarstava, nema. Stoga, u ovom dijelu kratko će se spomenuti utjecaj ribarstva na zaposlenost u Hrvatskoj, kao i utjecaj na trgovinsku bilancu.

Sljedeći grafikon prezentira kretanje uvoza i izvoza ribe u Republici Hrvatskoj. Iz grafikona se može donijeti nekoliko zaključaka. *Prvo*, uočljivo je da je, unatoč oscilacijama, u Hrvatskoj prisutan dugoročni trend rasta i uvoza i izvoza ribe. *Drugo*, u skoro svim promatranim godinama, izvoz ribe veći je od uvoza ribe, što ukazuje na doprinos ribarstva pozitivnoj vanjsko – trgovinskoj bilanci Hrvatske. *Treće*, vrijednosti izvoza i uvoza zaista su impresivne, te ukazuju na značajan doprinos ribarstva ukupnoj trgovini Hrvatske. Naime, u 2016. godini, Hrvatska je izvezla ribe u protuvrijednosti od 165 milijuna dolara, što je za čak 427,6 posto više u odnosu na vrijednost izvoza zabilježenog u 1993. godini.

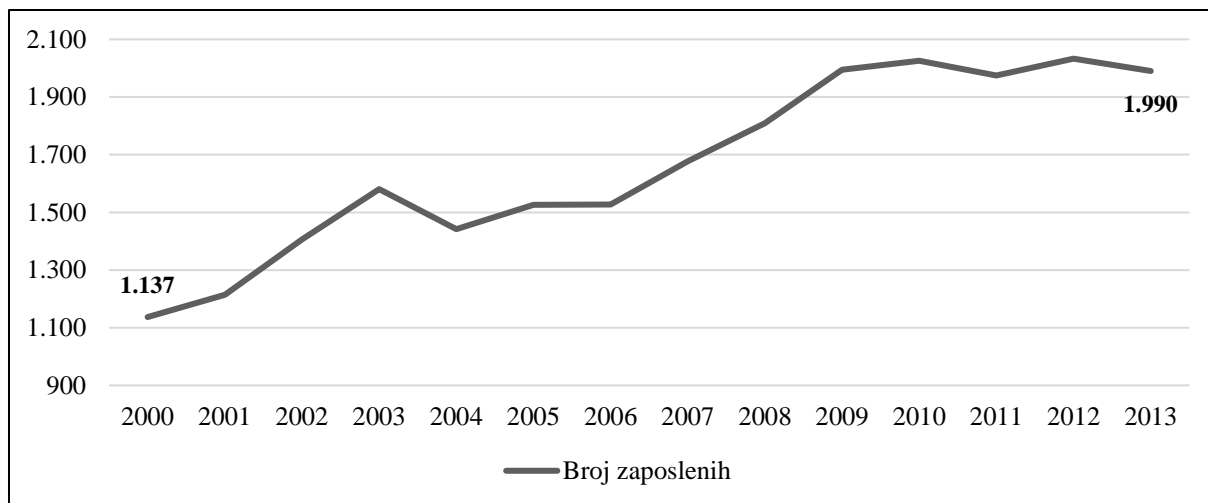


Grafikon 10: Ukupan uvoz i izvoz ribe u RH, u \$ (1993. – 2016.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka sa UN (2017).

Doprinos ribarstva *zaposlenosti* u Hrvatskoj naročito je teško u potpunosti spoznati, prvenstveno zbog loše vođene statistike u ovom području. Napredak u statistici ribarstva može se uočiti tek od izrade Nacionalne strategije ribarstva iz 2013. godine, kad je Hrvatska zapravo bila prisiljena početi voditi ozbiljniju statistiku u ovom području, zbog Europske unije i njene Zajedničke ribarstvene politike. Sljedeći grafikon prezentira podatke o broju zaposlenih u sektoru ribarstva koji su za duži vremenski period bili dostupni na stranicama Hrvatskog zavoda za statistiku.

Iz grafikona 11 uočljiv je rast ukupnog broja zaposlenih u sektoru ribarstva. Međutim, valja napomenuti da su iz ovog broja izostavljeni zaposleni u akvakulturi, kojih je, prema podacima Hrvatske gospodarske komore, od 700 do 1.200 u istom periodu (MPS, 2014). Nadalje, iz Instituta za oceanografiju i ribarstvo dodaju kako uz zaposlene u segmentu prerade ribe, ukupan broj zaposlenih u ribarstvu doseže nekih 10 tisuća (IZOR, 2012). Konačno, iz Ministarstva poljoprivrede navode kako je, prema procjenama, oko 25 tisuća ljudi u Hrvatskoj izravno i neizravno uključeno u ovaj sektor (MPS, 2013).



Grafikon 11: Broj zaposlenih u sektoru ribarstva u RH (2000. – 2013.)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka DZS (2017).

4.2. Uređenje tržišta ribe u RH

Ribarstvo je u Republici Hrvatskoj uređeno *Zakonom o morskom ribarstvu* (NN, br. 62/17), i *Zakonom o slatkovodnom ribarstvu* (NN, br. 14/14), te pod zakonskim propisima koji su doneseni temeljem istih. Spomenuti zakoni definiraju ribarstvo kao stratešku granu gospodarstva Republike Hrvatske (čl.4., NN. Br. 62/17). Zakon o morskom ribarstvu (NN, br. 62/17), između ostalog, uređuje:

- ✓ provedbu Zajedničke ribarstvene politike Europske unije;
- ✓ nadležna tijela i njihove zadaće;
- ✓ ciljeve ribarstvene politike i sva ostala pitanja vezana za morsko ribarstvo.

Institucija nadležna za pitanja ribarstva, sukladno odredbama Zakona o morskom ribarstvu, jest *Ministarstvo poljoprivrede*, odnosno preciznije njegova **Uprava za ribarstvo**. Uprava za ribarstvo je zadužena za obavljanje svih administrativnih poslova u okviruorskog ribarstva, slatkovodnog ribolova, akvakulture (morske i slatkovodne), mjera strukturne politike i mjera tržišne politike, te ribarske inspekcije (MPS, 2013).

Tržište ribe u Hrvatskoj temelji se na registriranim prvim kupcima, s obzirom da se prva prodaja obavlja isključivo preko njih. Prvi kupci su ribarske zadruge, otkupne stanice, trgovci i veletrgovci, i ima ih oko 1.500 upisanih u registar Ministarstva poljoprivrede. Kako navode iz Ministarstva poljoprivrede, kanali prodaje razlikuju se za bijelu i plavu ribu, gdje je veći dio bijele ribe namijenjen izvozu, dok ulov male plave ribe predstavlja sirovinu za prehrambenu i

prerađivačku industriju. Sljedeća tablica prezentira prednosti, slabosti, prilike i prijetnje hrvatskog gospodarskog ribolova na moru.

Tablica 1: SWOT analiza sektora gospodarskog ribolova na moru

| PREDNOSTI | SLABOSTI |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • velika bioraznolikost ekonomski značajnih vrsta i raznolikost ribolova; • povoljni okolišni uvjeti, kakvoća mora i velika raznolikost morskog staništa koja utječe na iznimnu kvalitetu proizvoda ribarstva; • postojanje sustava praćenja stanja resursa; • uspostavljen informacijski sustav u ribarstvu i sustav nadzora ribolovne flote; • postojeće ribarske zadruge; • tradicija i povezanost s drugim sektorima. | <ul style="list-style-type: none"> • povećan ribolovni kapacitet u pojedinim segmentima flote; • nedovoljna opremljenost većine plovila i starost plovila; • razlika upisanih i stvarno korištenih prava korištenja nekih alata; • razina profitabilnosti koja u nekim segmentima flote dovodi do većeg pritiska na resurse; • izravna konkurencija alata u obalnom području; • nedostatni sustav edukacija u svim segmentima. |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| <ul style="list-style-type: none"> • Razvoj infrastrukture; • Prilagodba ribolovnih kapaciteta s ribolovnim mogućnostima pomoću sredstava iz EFR; • Diversifikacija ribolova; • Razvoj aktivnosti kroz organizacije proizvođača, lokalne akcijske grupe u ribarstvu i druge mreže. | <ul style="list-style-type: none"> • negativan trend stanja pojedinih vrsta riba i drugih morskih organizama koje su osnovni ulov u nekim segmentima ribolova; • negativan utjecaj iskorištavanja resursa u područjima mriješta i rasta gospodarski važnih vrsta; • prekomjerni ulov; • negativan utjecaj globalnih klimatskih promjena na djelatnost ribarstva. |

Izvor: IZOR, (2012): Hrvatsko morsko ribarstvo: Stanje i perspektive na pragu EU-a, Institut za oceanografiju i ribarstvo, str. 21.

5. RIBARNICA U SPLITU

Splitska ribarnica, ili popularno zvana „**Peškarija**“, jedan je od centralnih dijelova grada Splita, omiljeno mjesto okupljališta domicilnog stanovništva, te zanimljiva turistička atrakcija. Smještena u blizini živog izvora sumpora, splitska ribarnica jedina je ribarnica na svijetu bez muha. Ribarnica posluje već 127 godina, te većina smatra da ona etnografski oslikava „autentični lokalni život“ grada (Leburić, 2008).

Na splitskoj ribarnici, više-manje, mogu se pronaći sve vrste ulova iz Jadrana. Međutim, ponuda znatno oscilira ovisno o dobu godine. Naime, u turističkoj sezoni prodavački ribe na ribarnici prodaju veći dio ulova ugostiteljima, u odnosu na obične kupce. Ponuda ribe također se razlikuje ovisno o vremenskim prilikama, gdje lijepo vrijeme znači i veću i bogatiju ponudu, i obrnuto. S druge strane, potražnja za ribom značajno oscilira o danu u tjednu. Naime, Split je katolički grad te se, zbog posta, petkom uobičajeno potražuje više ribe nego u ostalim danima u tjednu. Isto vrijedi i za posne dane uoči velikih katoličkih blagdana.



Slika 2: Splitska ribarnica (Peškarija)

6. TERENSKO ISTRAŽIVANJE

6.1. Ciljevi i metodologija istraživanja

Cilj istraživanja je analizirati tržište ribe, te na konkretnom primjeru, primjeru splitske ribarnice, prikazati kako se kretala ponuda ribe u promatranom periodu, te koji su parametri utjecali na promjenu iste. Za potrebu provedbe ovog istraživanja koristila se *metoda promatranja*. Naime, tijekom 11 dana u periodu od 07. veljače do 05. svibnja 2017. godine, promatrano je nekoliko parametara za 5 različitih vrsta riba: **trlju**, **srdelu**, **kozice**, **mol** i **škamp**. Parametri koji su se promatrali su:

1. *ponuda* – koja je po autorovu mišljenju ocijenjena sa loše, dobro, vrlo dobro ili odlično;
2. *cijena* – prosječna cijena promatrane vrste ribe na određeni dan i u određenom satu; te
3. *vremenske prilike* – koje su opisane kao sunčano, oblačno bez oborina, te oblačno bez oborina i jako hladno.

Sukladno prikupljenim podacima, istraživanjem se proučilo tri različite vrste odnosa, i to:

1. odnos između prodajne cijene ribe i ponude ribe;
2. odnos između prodajne cijene ribe i sata prodaje u danu; te
3. odnos ponude ribe i vremenskih prilika.

Rezultati istraživanja prezentirani su u nastavku.

6.2. Rezultati istraživanja

6.2.1. Prodajna cijena ribe i ponuda ribe

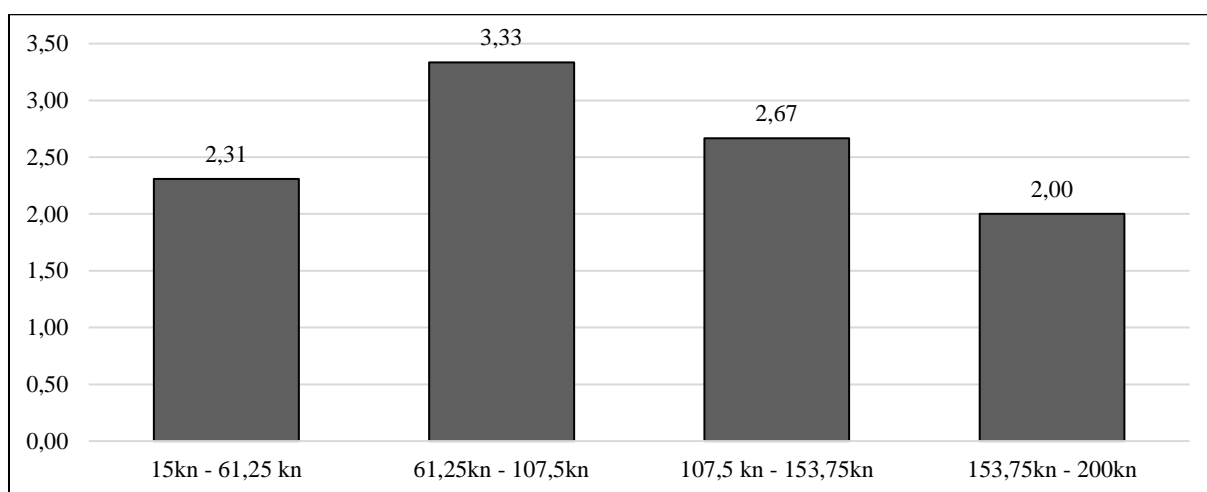
Temeljni ekonomski postulat, krivulja ponude, pozitivnog je nagiba te označava pozitivnu vezu između ponuđene količine i prodajne cijene. Naime, logika nalaže da što je veća cijena nekog proizvoda, proizvođači će biti motivirani ponuditi više tog proizvoda. Stoga, kod većine proizvoda cijena je ta koja predstavlja signal za formiranje ponude. Na tržištu ribe nije prisutna ovakva logika, što potvrđuje i sljedeći grafikon.

Grafikon 12 prikazuje odnos između ponuđene količine i prodajne cijene ribe za svih 5 promatranih vrsta ribe zajedno. Grafikon je izgrađen na temelju podataka prikupljenih promatranjem cijena i ponude 5 različitih vrsta riba, tijekom 11 dana u periodu od 07. veljače do 05. svibnja 2017. godine, na splitskoj ribarnici. Za potrebe izrade grafikona, svakoj ponudi dodijeljena je ocjena. Tako je ponudi koja je okarakterizirana kao „loša“ dodijeljena ocjena 1,

ponudi koja je okarakterizirana kao „dobra“ dodijeljena je ocjena 2, i tako dalje. Najveća ocjena je 4 koja oslikava odličnu ponudu.²

Iz grafikona 12 može se vidjeti da je, u promatranom razdoblju, ponuda bila najlošija za ribe koje su najskuplje (od 153,75 kn do 200 kn). Ovo se direktno kosi sa ekonomskom logikom na koju smo obično navikli. Međutim, ovakvi rezultati logični su kada se u obzir uzme priroda ribarstva kao djelatnosti, te ribe kao proizvoda. Naime, za razliku od cipela, odijela, ili bilo kojeg drugog proizvoda, gdje proizvođač vrlo lako može u potpunosti kontrolirati proizvodni proces a time i nuđene količine, ribar ne može utjecati na količinu ulova. On može jedan dan uloviti više, drugi dan manje, a uvijek se nadati da će sve prodati.

Ono što je posebno zanimljivo kod tržišta ribe, i što ga razlikuje od svih ostalih tržišta, jest to da cijena nije signal za ponudu. Naime, ribari koji love ribu za direktnu prodaju na tržnici, cijenu određuju taj dan kada je i prodaju, i to ovisno o ponudi drugih ribara, odnosno kompletnoj ponudi te iste ribe na toj istoj tržnici. Drugim riječima, dok je kod većine proizvoda cijena signal na temelju kojeg proizvođači određuju prodajne količine, kod ribe to nije slučaj, već je ponuda ta koja je signal za određivanje cijene.³



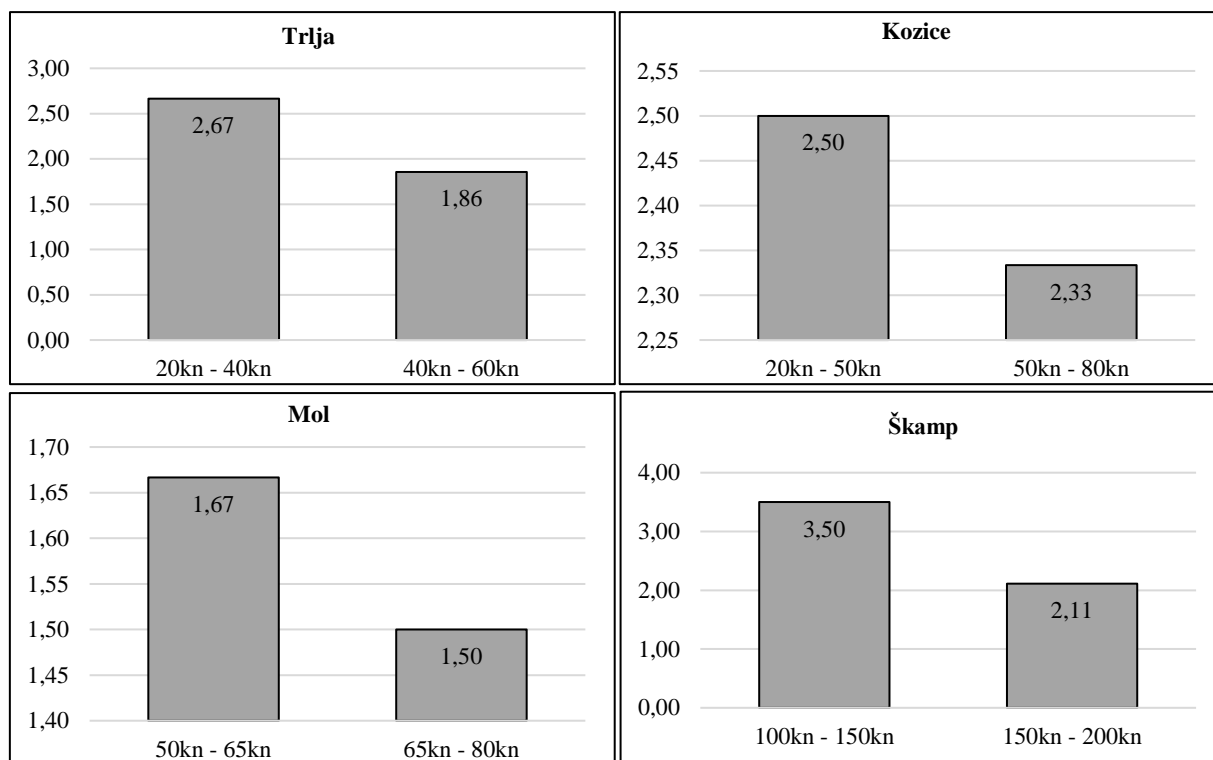
Grafikon 12: Odnos cijene ribe i ponude ribe (sve vrste zajedno)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

² Ocjene nisu dodijeljene od 1 do 5 iz razloga što nedostaje kategorija „jako loše“. Naime, promatrana ponuda ribe ocjenjena je s loše, dobro, jako dobro ili odlično. Autor nije u nijednom danu promatranja zaključio da je ponuda ribe taj dan jako loša.

³ Ako se riba lovi za potrebe njenog zamrzavanja i izvoza, i/ili prerade u prehrambenoj industriji, onda temeljni ekonomski postulati mogu vrijediti.

Grafikon 13 prikazuje isto što i graf 12, samo ovaj put za svaku promatranu vrstu ribe zasebno.⁴ Može se uočiti da je zaključak isti. Naime, pri višoj cijeni, ponuda količine ribe je manja. Ovime je još jednom potvrđena teza da, za direktnu prodaju ribe na tržnici cijena nije determinanta ponude ribe, vjerojatno iz razloga što ribar ne može nikada utjecati na količinu ulova, već je količina determinanta cijene.



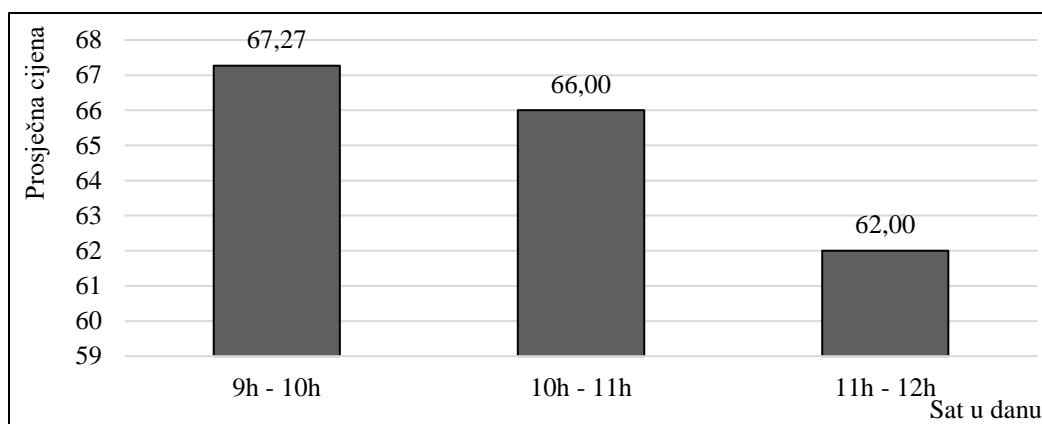
Grafikon 13: Odnos cijene ribe i ponude ribe (po vrstama riba)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

6.2.2. Prodajna cijena ribe i sati u danu

Radno vrijeme Ribarnice u Splitu je od 06:30 do 13:30. S obzirom na prirodu proizvoda kojima se trguje na ribarnici, očekuje se da će, kako se bliži kraj radnog vremena cijena svih vrsta ribe opadati. Sljedeći grafikon prezentira kretanje prosječne cijene svih 5 promatranih vrsta ribe zajedno, prema satu u danu kada je realizirana prodaja. Može se uočiti da je cijena ribe najveća u periodu između 9 i 10 sati ujutro, a najniža od 11 do 12h.

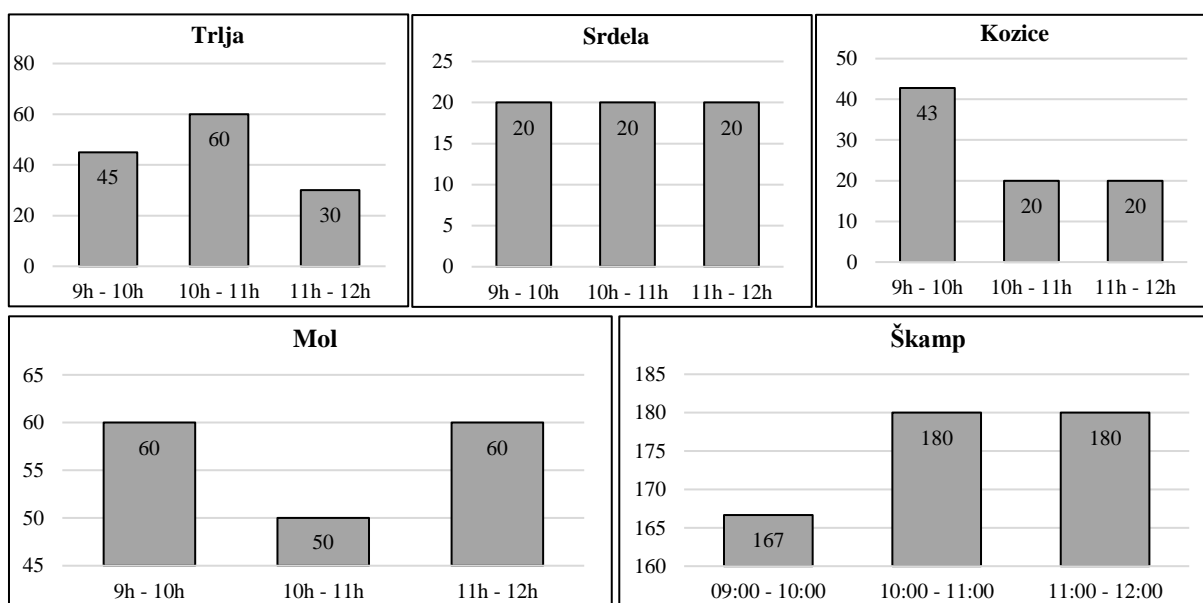
⁴ Grafikon nije izrađen samo za srdelu, koja je u svakom trenutku ima istu prosječnu cijenu od 20 kn.



Grafikon 14: Odnos između cijene ribe i sata prodaje ribe u danu (sve vrste)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

Grafikon 15 također predstavlja odnos između cijene ribe i sata prodaje ribe u danu, ali ovaj put po promatranim vrstama ribe. Iz grafikona je uočljivo da je kod većine vrsta ribe zabilježena niža prodajna cijena kako se bliži kraj radnog vremena, izuzev škampa.



Grafikon 15: Odnos između cijene ribe i sata prodaje ribe u danu (po vrstama ribe)

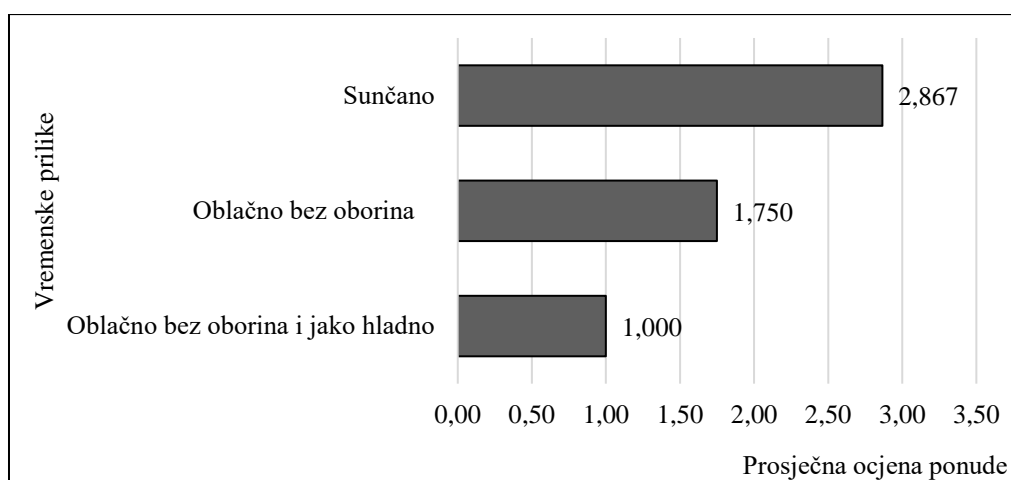
Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

6.2.3. Ponuda ribe i vremenske prilike

Kao što je već ranije naglašeno, ponuda ribe se razlikuje ovisno o vremenskim prilikama, gdje ljepše vrijeme znači i veću i bogatiju ponudu, i obrnuto. Za potrebe izrade grafikona u nastavku, svakoj ponudi dodijeljena je ocjena. Tako je ponudi koja je okarakterizirana kao „loša“

dodijeljena ocjena „1“, ponudi koja je okarakterizirana kao dobra dodijeljena je ocjena „2“, i tako dalje. Najveća ocjena je „4“ koja oslikava odličnu ponudu.⁵

Sljedeći grafikon prikazuje ponudu ribe za svih 5 vrsti zajedno, ovisno o tri vrste vremenskih prilika: sunčano, oblačno bez oborina, te oblačno bez oborina i jako hladno. Iz grafa se može uočiti da je ponuda svih promatranih vrsta riba zajedno, najbolja za sunčanih dana. Naime, prosječna postignuta ocjena je 2,867 što upućuje na to da je ponuda u sunčanim danima dobra i vrlo dobra. Očekivano, ponuda svih promatranih vrsta riba zajedno, najlošija je u danima kada je oblačno bez oborina i jako hladno, za koje je prosječna postignuta ocjena 1.



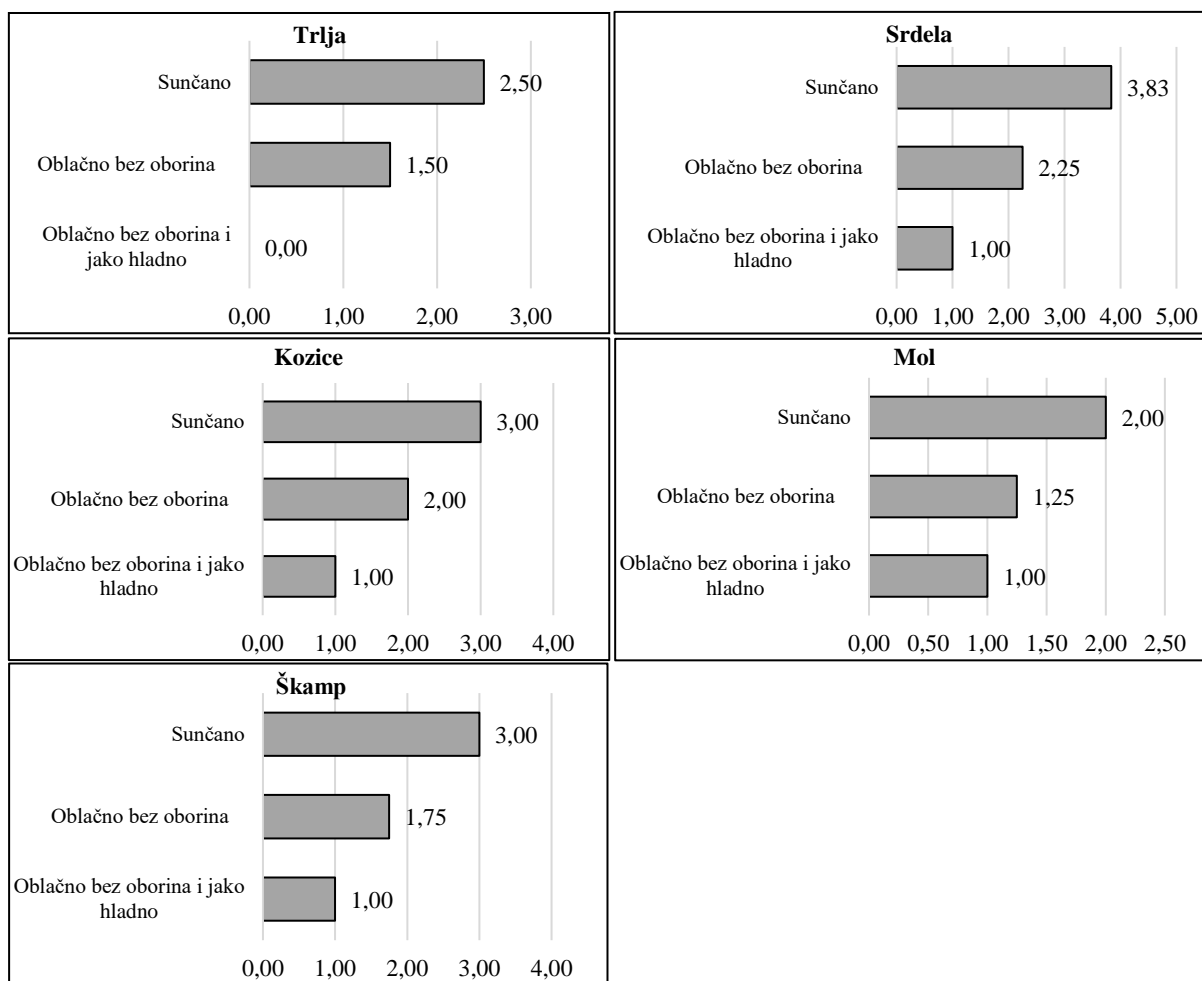
Grafikon 16: Vremenske prilike i ponuda ribe (sve vrste ribe)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

Grafikon 17 prezentira isto što i graf 16, samo ovaj put promatrano po pojedinoj vrsti ribe. Iz grafikona 17 je vidljivo da je kod svih promatranih vrsta ribe ponuda najbolja za sunčanih dana, dok je najlošija u oblačnim danima bez oborina kada je jako hladno. Pritom, najbolju prosječnu ocjenu u sunčanim danima zabilježila je srdela, a najlošiju Mol. Ovi podaci ne čude budući da je upravo srdela najvažnija i najzastupljenija vrsta ribe u Hrvatskom dijelu Jadrana.⁶

⁵ Ocjene nisu dodijeljene od 1 do 5 iz razloga što nedostaje kategorija „jako loše“. Naime, promatrana ponuda ribe ocjenjena je s loše, dobro, jako dobro ili odlično. Autor nije u nijednom danu promatranja zaključio da je ponuda ribe taj dan jako loša.

⁶ IZOR, (2007): Procjena obilnosti populacija najvažnijih vrsta sitne ribe plave ribe u Jadranskom moru metodom objektivne analize (VPA) (PELMON – VPA 2007.), Institut za oceanografiju i ribarstvo, Split, str.6.



Grafikon 17: (Vremenske prilike i ponuda ribe po vrstama ribe)

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih istraživanjem.

6.3. Rasprava

U ovom istraživanju tri različite vrste odnosa testirane su na temelju podataka prikupljenih metodom promatranja kretanja količina i cijena za 5 različitih vrsta riba na splitskoj ribarnici. Riječ je o sljedećim odnosima:

1. odnos između prodajne cijene ribe i ponude ribe;
2. odnos između prodajne cijene ribe i sata prodaje u danu; te
3. odnos ponude ribe i vremenskih prilika.

Dobiveni rezultati pokazali su da s većom cijenom ponuda ribe je niža, što implicira da cijena uopće nije determinanta ponude kada je riječ o prodaji ribe u direktnom odnosu s kupcem. Istraživanje je očekivano pokazalo da vremenske prilike znatno utječu na količinu ponude ribe. Konačno, budući da je svježja riba, visoko kvarljiv proizvod, rezultati istraživanja očekivano su pokazali da kako se bliži kraj radnog vremena, cijena ribe se smanjuje.

7. ZAKLJUČAK

Ribarstvo, zajedno s akvakulturom, je važan izvor hrane i dohotka za veliki broj ljudi diljem svijeta. Nadalje, ribarska industrija povezana je sa brojnim drugim sektorima i aktivnostima, čime je njezin ekonomski i socijalni značaj još i veći. Tržište ribe, posebno je tržište s karakteristikama koje ga razlikuju od bilo kojeg drugog tržišta. Te karakteristike dijelom proizlaze iz same djelatnosti, a dijelom iz prirode ribe kao jako i brzo kvarljivog proizvoda.

U svijetu je prisutan trend rasta ulova morske ribe, a naročito uzgoja morske ribe odnosno akvakulture. Ovaj rast posljedica je rasta potražnje za ovom zdravom i nutritivnom namirnicom. Naime, prema posljednjim podacima u svijetu se godišnje po glavi stanovnika konzumira skoro 20 kg ribe. S makro aspekta valja naglasiti da je riba jedna od namirnica kojom se najviše trguje u svijetu, i to više nego što se trguje žitaricama i mesom. Stoga, ribarstvo znatno pridonosi pozitivnoj trgovinskoj bilanci, zaposlenosti i u konačnici BDP-u. Ovaj značaj naročito je istaknut kod najnerazvijenijih zemalja i zemalja u razvoju.

Tržište, ponuda i potražnja osnovni su ekonomski pojmovi, te je analiza ponude i potražnje najvažniji i najkorisniji alat mikroekonomije. Mikroekonomija nas uči da je veza između ponude i cijene pozitivna, a veza između potražnje i cijene negativna. Drugim riječima, s rastom cijena, proizvođači će biti motivirani ponuditi više tog proizvoda na tržištu. S druge strane, rastom cijene, jedan dio potrošača biti će demotiviran za kupnju tog proizvoda.

Istraživanje provedeno u ovom radu pokazalo je da je s većom cijenom, ponuda ribe niža, što implicira da cijena uopće nije determinanta ponude kada je riječ o prodaji ribe u direktnom odnosu s kupcem. Nadalje, istraživanje je očekivano pokazalo da vremenske prilike znatno utječu na količinu ponude ribe. Konačno, budući da je svježja riba visoko kvarljiv proizvod, rezultati istraživanja očekivano su pokazali da kako se bliži kraj radnog vremena, da se cijena ribe smanjuje.

LITERATURA

1. Anderson, J.M. (2003): The International Seafood Trade, Elsevier.
2. DZS, (2006): Statistički ljetopis 2011, *Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske*.
3. DZS, (2011): Statistički ljetopis 2011, *Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske*.
4. DZS, (2016): Statistički ljetopis 2016, *Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske*.
5. FAO, (2007): The State of World Fisheries and Aquaculture 2006, *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, Rome.
6. FAO, (2015): The State of World Fisheries and Aquaculture: Opportunities and Challenges, *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, Rome.
7. FAO, (2016): The State of World Fisheries and Aquaculture: Contributing to Food Security and Nutrition for all, *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, Rome.
8. Graddy, K. (1995): Testing for imperfect competition at the Fulton fish market. *The RAND Journal of Economics*, str. 75 – 92.
9. Graddy, K. i Hall, G. (2011): A dynamic model of price discrimination and inventory management at the Fulton Fish Market. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 80(1), str. 6 – 19.
10. HCPM, (2017): Ribarstvo i akvakultura, *Hrvatski centar za poljoprivredni marketing*. Raspoloživo na: <http://hcpm.agr.hr/analiza/ribarstvo.htm>.
11. IZOR, (2007): Procjena obilnosti populacija najvažnijih vrsta sitne ribe plave ribe u Jadranskom moru metodom objektivne analize (VPA) (PELMON – VPA 2007.), *Institut za oceanografiju i ribarstvo*, Split. Raspoloživo na: <http://www.mps.hr/Ribarstvo/UserDocsImages/Arhiva/Studije/PELMON%20VPA%20-2007.pdf>.
12. IZOR, (2012): Hrvatsko morsko ribarstvo: Stanje i perspektive na pragu EU-a, *Institut za oceanografiju i ribarstvo*, Zagreb. Raspoloživo na: http://www.izor.hr/c/document_library/get_file?p_l_id=68581&folderId=114050&name=DLFE-17701.pdf.
13. Leburic, A. (2008): Sociološki aspekti uređenja splitske Rive: struktura stručnih i javnih rasprava na fokus – grupama, *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Splitu, (1)*: str. 115 – 129.

14. Lončarić, R. (2017): Ribarstvo u svijetu, *Sveučilište u Zadru*. Raspoloživo na: <http://www.unizd.hr/Portals/1/nastmat/pomgeograf/Ribarstvo%20u%20svijetu.pdf>.
15. MPS, (2012): Nacionalni strateški plan razvoja ribarstva, *Ministarstvo poljoprivrede*. Raspoloživo na: <http://www.mps.hr/ribarstvo/UserDocsImages/NSP/NSP-ribarstvo-Nacrt.pdf>.
16. MPS, (2013): Nacionalni strateški plan razvoja ribarstva, *Ministarstvo poljoprivrede*. Raspoloživo na: http://www.mps.hr/ribarstvo/UserDocsImages/NSP/NSP_OP_06112013/Nacionalni%20strate%C5%A1ki%20plan%20razvoja%20ribarstva%20Republike%20Hrvatske.pdf.
17. MPS, (2014): Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture za razdoblje 2014 – 2020, *Ministarstvo poljoprivrede*. Raspoloživo na: <http://www.mps.hr/ribarstvo/default.aspx?id=467>.
18. Msangi, S., Kobayashi, M., Batka, M., Vannuccini, S., Dey, M.M. i Anderson J.L. (2013): Fish to 2030: Prospects for Fisheries and Aquaculture, *World Bank Report 83177-GLB:102*.
19. Narodne novine, (2014): Zakon o slatkovodnom ribarstvu, *Narodne novine d.d.*, br. 14/14.
20. Narodne novine, (2017): Zakon o morskom ribarstvu, *Narodne novine d.d.*, br. 62/17.
21. Pavić, I., Benić, Đ. i Hashi, I. (2009): Mikroekonomija, *Sveučilište u Splitu*, Ekonomski fakultet.
22. Sabolić, D. (2014): Uvod u mikroekonomiku, *Sveučilište u Zagrebu*, Fakultet elektrotehnike i računarstva.
23. Saleh, K. (2016): Global Online Retail Spending – Statistics and Trends, *Invesp*. Raspoloživo na: <https://www.invespcro.com/blog/global-online-retail-spending-statistics-and-trends/>.
24. Samuelson, P.A. i Nordhaus, W.D. (2010): Ekonomija, 19. izdanje, *MATE d.o.o.*, Zagreb.
25. Statista, (2017): Number of internet users worldwide from 2005 to 2016 (in millions), *Statista*. Raspoloživo na: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>.
26. Šimundić Bendić, (2016): Očajni ribari: Nema više trlje, škampa, grdobine ni mola. Samo kozice, ulovimo ih 200 kila dnevno, ne znamo više što s njima, *Zadarski.hr.*, web izvor. Dostupno na: <http://zadarski.slobodnadalmacija.hr/4-kantuna/clanak/id/456792/nema>

[vise-trlje-skampa-grdobine-ni-mola-samo-kozice-ulovimo-ih-200-kila-dnevno-ne-znamo-vise-sto-s-njima.](#)

27. UN, (2017): UN Comtrade Database, *United Nations*. Dostupno na: <https://comtrade.un.org/data/>.
28. WDI, (2017): World Development Indicators, Svjetska banka.

POPIS TABLICA I ILUSTRICIJA

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1: SWOT analiza sektora gospodarskog ribolova na moru | 16 |
|---|----|

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1: Kružni tok tržišnog gospodarstva | 4 |
| Slika 2: Splitska ribarnica (Pekšarija) | 17 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1: Ulov ribe te ulov i uzgoj ribe u svijetu, u metričkim tonama (1960. – 2015.) | 5 |
| Grafikon 2: Ulov ribe te ulov i uzgoj ribe u metričkim tonama, svjetske velesile (1960. – 2015.)..... | 6 |
| Grafikon 3: Svjetska trgovina: uvoz po glavnim vrstama hrane, u 000 \$ (1990. - 2016.)..... | 7 |
| Grafikon 4: Svjetska trgovina: izvoz po glavnim vrstama hrane, u 000 \$ (1990. – 2016.) | 7 |
| Grafikon 5: Ukupan broj ribara i ribo uzgajivača u svijetu, u 000 (1990. – 2014.)..... | 8 |
| Grafikon 6: Struktura broja ribara i ribo uzgajivača po regijama (1990. i 2014.)..... | 9 |
| Grafikon 7: Ulov ribe, te ulov i uzgoj ribe u RH u metričkim tonama (1992. – 2015.)..... | 12 |
| Grafikon 8: Broj ribarskih brodova u RH (2000. – 2015.)..... | 12 |
| Grafikon 9: Kapacitet hrvatske flote, u registarskim tonama, GT (2000. – 2015.)..... | 13 |
| Grafikon 10: Ukupan uvoz i izvoz ribe u RH, u \$ (1993. – 2016.)..... | 14 |
| Grafikon 11: Broj zaposlenih u sektoru ribarstva u RH (2000. – 2013.) | 15 |
| Grafikon 12: Odnos cijene ribe i ponude ribe (sve vrste zajedno)..... | 19 |
| Grafikon 13: Odnos cijene ribe i ponude ribe (po vrstama riba)..... | 20 |
| Grafikon 14: Odnos između cijene ribe i sata prodaje ribe u danu (sve vrste) | 21 |
| Grafikon 15: Odnos između cijene ribe i sata prodaje ribe u danu (po vrstama ribe)..... | 21 |
| Grafikon 16: Vremenske prilike i ponuda ribe (sve vrste ribe)..... | 22 |
| Grafikon 17: (Vremenske prilike i ponuda ribe po vrstama ribe) | 23 |

SAŽETAK

Cilj ovog rada bio je provjeriti kako se temeljni ekonomski postulati, ponuda i cijene, ponašaju na tržištu ribe, kao jednim od specifičnih vrsta tržišta. Istraživanje je pokazalo kako logika temeljnih ekonomskih postulata nije primjenjiva na primjeru tržišta ribe gdje se riba prodaje direktno kupcu. Naime, dobiveni rezultati su pokazali da je s većom cijenom, ponuda ribe niža, što implicira da cijena uopće nije determinanta ponude kada je riječ o prodaji ribe u direktnom odnosu s kupcem. Nadalje, istraživanje je očekivano pokazalo da vremenske prilike znatno utječu na ponude ribe. Konačno, budući da je svježa riba, visoko kvarljiv proizvod, rezultati istraživanja očekivano su pokazali da kako se bliži kraj radnog vremena, cijena ribe se smanjuje.

Ključne riječi: ponuda, cijene, tržište ribe.

SUMMARY

The aim of this paper was to analyse how fundamental economic postulates, namely supply and prices, act on the fish market, as one of the most specific market types. The research conducted has shown that the logic of basic economic postulates is not applicable on the fish market where the fish is sold directly to costumer. Namely, the results obtained show that with the higher price, supply of the fish is smaller, which implies that the price itself in not at all determinant of the supply, when it comes to selling the fish directly to the consumer. Furthermore, research has clearly shown that weather conditions have a significant impact on the fish supply. Finally, since fresh fish is highly degradable product, the results of the research expectedly have shown that price of fish is decreasing, as we are approaching to the end of working hours.

Keywords: supply, prices, fish market.